

## Editorial 1

**Dra. Victoria TUR-VIÑES**

Universidad de Alicante. España. Victoria.tur@gcloud.ua.es  
<https://orcid.org/0000-0002-8442-8068>

### Mar abierto. ORE, CRAFT-OA, DIAMAS y otras iniciativas de ciencia abierta [Editorial]

#### Open Sea. ORE, CRAFT-OA, DIAMAS and other Open Science Initiatives [Editorial]

El piélago o mar abierto indica las aguas marinas que no se hallan sobre superficie continental, como sí lo están las aguas litorales o la zona nerítica. Se considera piélago al cilindro o columna de agua imaginaria situada entre la superficie del mar y el fondo. Sus condiciones dependen de la profundidad: la presión aumenta, la temperatura y la luz disminuyen, y cambian la salinidad, el oxígeno y los micronutrientes. El mar abierto posee una amplia comunicación con el océano, pero dista mucho de la placa continental.

La ciencia abierta y, en concreto, el acceso abierto a la ciencia va acercándose progresivamente a tierra firme. Para transformar el amerizaje en aterrizaje conviene conocer en profundidad algunas iniciativas trascendentales. Tres de ellas revelan la perspectiva que tiene Europa sobre el acceso abierto (ORE, CRAFT-OA y Diamas). La tercera está protagonizada por los últimos ajustes que ha realizado ANECA en sexenios y en acreditaciones.

Open Research Europe (ORE, 2024) no es una revista ni tampoco es un repositorio. Es una plataforma de publicación que impulsa desde 2021 la Unión Europea (en adelante, UE) para publicar en acceso abierto, de forma rápida y gratuita (publicación y lectura), artículos y otros documentos, revisados por pares, procedentes de investigaciones financiadas por la propia UE (Horizon 2020 y Horizon Europe). Por licitación, renovada hasta 2026, es gestionada por F1000 Research (2024) con un modelo que intenta minimizar los sesgos editoriales eliminando el anonimato de la revisión científica. Las ventajas son diversas: la publicación inmediata en acceso abierto; la revisión no ciega por pares; el depósito de todas las versiones y materiales adicionales; la financiación por pago de la UE de 780 euros por artículo; así como la inclusión en Scopus, y en otras bases de datos, de la versión definitiva aceptada y de todas las versiones en Google Scholar. La idea es publicar todos los resultados, tanto los buenos como los malos, y que la comunidad decida su robustez. ORE no ofrece factor de impacto, pero sí métricas a nivel de artículo.

Antes de publicar, un equipo de diez personas coteja que al menos uno de los autores haya obtenido financiación europea, que no se haya publicado previamente (antiplagio y autoplagio), así como la presencia de todos los datos en un repositorio abierto y la explicación clara de los métodos utilizados junto con la aportación de aprobaciones éticas y el nivel comprensible de inglés.

La revisión "guiada por la autoría" solicita cinco posibles personas revisoras a quienes firman el texto de los cuales actuarán solo quienes puedan acreditar experiencia (al menos tres artículos en el tema con autoría principal), no tengan conflictos de intereses (coautores, misma institución...) y garanticen una revisión diversa (origen geográfico, género y años de trayectoria). ORE publica sus nombres e informes y habilita la conversación social sin restricciones. La idea es que esa transparencia disuada informes sesgados o parciales porque serían visibles para la comunidad.

La fortaleza de ORE es la rapidez de su publicación, la renuncia al factor de impacto en aras de las métricas sociales y los mecanismos considerados para preservar la honestidad de la investigación. El escaso número de trabajos de Ciencias Sociales (solo 196 en 2024) evidencia la reducida financiación europea del campo. El hecho de que F1000 sea una filial de Taylor & Francis Group (Reino Unido) y que la Unión Europea sufrague los gastos de gestión (la revisión no se remunera) suponen una gran contradicción para un proyecto que quiere ser europeo (renueva concesión tras Brexit), independiente y que buscaba ser un referente en *open access*. Pone en evidencia algo que venimos comentando en distintos foros: conviven diferentes formas de entender el acceso abierto y solo las revistas de ruta diamante practican el auténtico acceso abierto porque no cobran por leer, ni por publicar, ni por acceder o distribuir.

ORE podría ser la gran plataforma de publicación científica europea, permitiendo el volcado de las revistas académicas de instituciones de educación superior de la Unión Europea y podría permitir el uso de su infraestructura a los actuales editores para sumar esfuerzos y conseguir la proyección adecuada. Pero, primero, debe recuperar el control de la plataforma y, luego, apostar por el auténtico *open access*, abrazando la ruta diamante real. Supondría un respaldo necesario y esperado al sistema de publicación actual.

El proyecto *Creating a Robust Accessible Federated Technology for Open Access* (CRAFT\_OA, 2024) pretende cambiar esta situación. Su objetivo es consolidar el panorama del acceso abierto centralizando la experiencia, la colaboración y una capa conjunta de visibilidad e indexación. Apoya la construcción de una infraestructura técnica federada europea para respaldar el acceso abierto diamante. La expectativa es alta para un proyecto que nace en 2023 y todavía tiene poco recorrido.

En paralelo, otra iniciativa ha surgido con fuerza en el ámbito de la publicación ruta diamante europea, finalmente enfocada en los servicios universitarios de publicación, aunque afectará, con seguridad, a los estándares de calidad a nivel revista. El proyecto *Developing Institutional Open Access Publishing Models to Advance Scholarly Communication* (DIAMAS, 2024) reúne a 23 organizaciones europeas procedentes de 12 países distintos que estudian el panorama de las revistas diamante dentro del Espacio Europeo de Investigación (EEI, 2018) para proponer normas, directrices y prácticas comunes que fortalezcan el sector de la publicación en acceso abierto. El socio español del proyecto es Fecyt y ha recibido el asesoramiento de personas expertas para su implementación. DIAMAS se centra en las mejores prácticas, las competencias, la calidad editorial y la sostenibilidad financiera. Todos son aspectos de urgente abordaje.

Por su parte, la deconstrucción del concepto de impacto que ha realizado Aneca, tanto en sexenios como en acreditaciones, ha sido un ejercicio pendiente y demandado por el colectivo de profesorado investigador y también por quienes editan. Asesorada mayoritariamente por bibliotecólogos y documentalistas, Aneca ha querido, una vez más, contribuir y mejorar la fórmula secreta de la evaluación justa. Hasta aquí lícito, valiente y necesario. No obstante, finalmente, el impacto científico tiene un peso del 60% (índices de impacto incluidos) y el 40% restante se descompone así: 10% para la contribución al progreso del conocimiento del área (valoración eminentemente cualitativa); 10% impacto social (abanico amplio de indicadores diversos y dispersos aunque interesantes); 10% contribución a la ciencia abierta (supone una apuesta decidida por el *open access*, la ruta diamante y otras estrategias de ciencia abierta) y 10% (el carácter preferente de la aportación).

El resultado comporta que el impacto sigue siendo decisivo en las evaluaciones de ANECA, pero nuevos indicadores llegan para "enriquecer" la evaluación. Buen intento. ¿Para cuándo un sistema más sencillo donde la inteligencia artificial permita a quien evalúa dejar de contar méritos, o impactos, comprobar su veracidad y poder valorar/comparar el compromiso o la implicación del perfil con el área, el departamento y la universidad? Una visión más orientada al futuro y no tanto al pasado.

Un mar abierto de iniciativas es el fluido óptimo para que la ruta diamante fragüe y se consolide. El futuro es prometedor.

El número que presenta este editorial incluye una novedad importante. *Catalejo\_Mediterránea* abre un nuevo espacio para la reflexión con prospectiva que acogerá un texto por número, de corte más ensayístico, por invitación, pero sin renunciar a la debida revisión científica. Esta nueva sección acogerá temas que están por venir, tendencias en consolidación o preocupaciones actuales con soluciones de medio o largo plazo. Inauguramos esta sección, coordinada por Sebastián Sánchez-Castillo, con un texto de Emilio Delgado-López-Cozar y Alberto Martín-Martín titulado "La ruta de oro de la publicación científica: del negocio de las revistas a las revistas negocio". Según el Repositorio de la Universidad de Alicante (RUA, 2024) donde vinculamos los DOI de *Mediterránea*, la publicación (antes del cierre del número) se ha situado en el 5% de los mejores resultados de investigación de Altmetric y alcanza el percentil 97 de atención en comparación con otros textos de la misma edad, en mayo 2024.

El número 2 del volumen 15 incluye dos monográficos de actualidad. Coordinado por la María-del-Mar Grandío-Pérez, Inmaculada-J. Martínez-Martínez, Alicia de-Lara-González y Jason Whalley, el monográfico **Comunicación, innovación social y sostenibilidad** incluye siete textos. El mismo número es acogido por el monográfico **Comunicación e influencia social: el rol de la comunicación mediática en la consolidación de valores sociales**, coordinado por Carlos Fanjul-Peyró, Cristina González-Oñate y Jenny Lam.

El alto número de textos recibidos ha hecho especialmente difícil la selección de textos. La colaboración de las personas revisoras ha sido decisiva para elegir los de mayor calidad. La labor de quienes han coordinado también ha sido excelente, con mucha implicación, en todos los sentidos.

Miscelánea contiene seis textos interesantes. En **Uso de medios y polarización afectiva en España**, Ismael Crespo-Martínez, Inmaculada Melero-López, Alberto Mora-Rodríguez y José-Miguel Rojo-Martínez proponen que el mayor consumo de información a través de redes sociales y de periódicos digitales incrementa la polarización afectiva individual respecto a los partidos y sus líderes. La intensidad de la dieta es un factor para tener en cuenta, junto a su contenido y origen.

Los resultados de la experiencia relatada en **Estudios de audiencia en radio mediante el uso de aplicaciones móviles**, escrito por Manuel Chaparro-Escudero, Laura Barrera-Jerez, Lara Espinar-Medina y Susana De-Andrés-del-Campo, facilitan el rediseño y ajuste de una herramienta que puede contribuir al análisis de los comportamientos de la audiencia y a la rentabilidad socioeconómica de los medios.

El análisis de las prácticas educomunicativas desde la Teoría de las Prácticas Sociales y la comprensión de la mediación de las dinámicas de la educación formal en la apropiación de las redes sociales es el objeto de estudio del texto **Prácticas educomunicativas en la formación inicial docente: el fomento de la participación ciudadana a través de las redes sociales digitales**, propuesta de Alexia Sanz-Hernández, Lázaro M. Bacallao-Pino, Estefanía Monforte-García, Esther Edo-Agustín y Paula Jiménez-Caballero.

En **Seis años de investigaciones de crisis públicas en social media. Análisis sistemático de las principales aportaciones y guía de recomendaciones para estudios futuros**, un texto de Cristian Lozano-Recalde, se aportan evidencias de que solamente el 16 % de estudios analizan crisis que no sean emergencias sanitarias o desastres naturales en detrimento de las crisis que tienen un origen social o político.

El consumo audiovisual ha aumentado, por lo que el uso del cine como metodología es útil para vehicular el aprendizaje de conceptos abstractos y aunque el cine se use como recurso, esta metodología didáctica está muy poco explorada. Esta es la conclusión de Silvia Díaz-Herrero y Manuel Gétrudix en su texto **Evaluación metodológica basada en una revisión sistemática de la literatura en el uso del cine dentro del aula**.

En el último texto, David Roca-Correa, Patricia Lázaro-Pernías y Alfonso González-Quesada han realizado un experimento que permite conocer los efectos de tres marcas diferentes (un grupo de acción comunitaria, una cerveza ficticia y una agencia gubernamental) sobre el comportamiento real en el consumo de alcohol entre jóvenes. Con el título **Efectos del nombre de la marca sobre el comportamiento: el caso de la contrapublicidad del alcohol**, el texto llega a la conclusión de que ninguna marca reunió la calidad suficiente como para cambiar el comportamiento de forma significativa; la influencia de los hábitos previos de consumo parece ser demasiado fuerte como para ser “contrapublicitada”.

Buena lectura.

## Referencias bibliográficas

Creating a Robust Accessible Federated Technology for Open Access (CRAFT\_OA) (2024). <https://www.craft-oa.eu/>

Developing Institutional Open Access Publishing Models to Advance Scholarly Communication (2024). <https://diamas.fecyt.es/>

Espacio Europeo de Investigación (EEI) (2018). <https://www.consilium.europa.eu/es/policies/european-research-area/>

El-lipse (1/3/2023). Open Research Europe, publicación gratuita de acceso abierto para proyectos financiados por la Comisión Europea. Vida Científica. <https://acortar.link/Qn6edw>

F1000Research (2024). <https://f1000research.com/>

Open Research Europe (ORE) (2024). <https://open-research-europe.ec.europa.eu/>

Repositorio de la Universidad de Alicante (6/5/2024). <https://rua.altmetric.com/details/159659299>